

SKRIPSI
PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT
BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* DI INDOMARET
WILAYAH SURABAYA



Oleh :
DINA MONIKA FLORENSIA PARDEDE
5303016066

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* DI INDOMARET WILAYAH SURABAYA”** ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dinyatakan dalam teks. Seandainya diketahui bahwa laporan skripsi ini ternyata merupakan hasil karya orang lain, maka saya sadar dan menerima konsekuensi bahwa laporan skripsi ini tidak saya gunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik.

Surabaya, 31 Juli 2020

Mahasiswa yang bersangkutan,



Dina Monika Florensia Pardede

NRP. 5303016066

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* DI INDOMARET WILAYAH SURABAYA**” yang disusun oleh mahasiswa:

Nama : Dina Monika Florensia Pardede

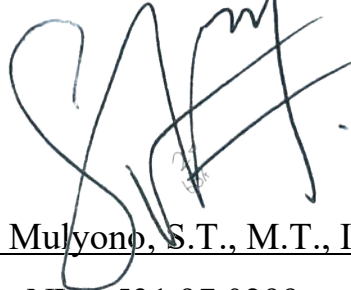
Nomor pokok : 5303016066

Tanggal Ujian : 9 Juli 2020

Dinyatakan telah memenuhi sebagian persyaratan kurikulum Jurusan Teknik Industri guna memperoleh gelar Sarjana Teknik bidang Teknik Industri.

Surabaya, 31 Juli 2020

Ketua Dewan Penguji



Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM.

NIK. 531.97.0299

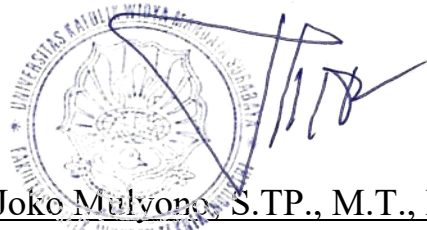
Dekan Fakultas Teknik



Prof Suryadi Ismadji, IPM, ASEAN Eng.

NIK. 521.93.0918

Ketua Jurusan Teknik Industri



Ig. Joko Mulyono, S.TP., M.T., IPM.

NIK. 531.98.0325

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* DI INDOMARET WILAYAH SURABAYA**” yang disusun oleh mahasiswa:

Nama : Dina Monika Florensia Pardede

Nomor pokok : 5303016066


Tanggal Ujian : 9 Juli 2020

Dinyatakan telah memenuhi sebagian persyaratan kurikulum Jurusan Teknik Industri guna memperoleh gelar Sarjana Teknik bidang Teknik Industri.

Surabaya, 31 Juli 2020

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Martinus Edy S. ST.,MT.,IPM

NIK. 531.98.0305


Lusiana Permata Sari Hartanti, M.Eng

NIK. 531.20.1080

LEMBAR PESETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama : Dina Monika Florensia Pardede

NRP : 5303016066

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* DI INDOMARET WILAYAH SURABAYA”** untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau suatu media lainnya (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 26 Juni 2020

Yang menyatakan,



Dina Monika Florensia Pardede

NRP. 5303016066

PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Dina Monika Florensia Pardede
Nomor Pokok : 5303016011
Jurusan : Teknik Industri
Alamat Tetap/ Asal : Jl. Pemuda Komplek Sumber Kurnia No. 9E,
Kapuas, Kalimantan Tengah
No Telepon : 085246142526
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Minat
Beli Produk *Private label* Di Indomaret Wilayah
Surabaya

Tanggal Ujian (lulus) :

Nama Pembimbing I : Martinus Edy Sianto ST., MT., IPM

Nama Pembimbing II : Lusita Permata Sari Hartanti, M.Eng

Menyatakan bahwa :


1. Skripsi saya adalah hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil suatu plagiat. Apabila suatu saat dalam skripsi saya tersebut ditemukan hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademis terhadap karir saya, seperti pembatalan gelar dari fakultas, dll.
2. Skripsi saya boleh digandakan dalam bentuk apapun oleh pihak Fakultas Teknik Unika Widya Mandala Surabaya sesuai dengan kebutuhan, demi untuk pengembangan ilmu pengetahuan selama penulisan pengarang tetap dicantumkan.
3. Saya telah mengumpulkan laporan skripsi saya tersebut (pada jurusan dan fakultas) dalam bentuk buku maupun data elektronik/cd tersebut, saya bersedia memperbaikinya sampai dengan tuntas.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya, tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Surabaya, 31 Juli 2020

Dosen Pembimbing I

Yang membuat pernyataan,


Martinus Edy S. ST., MT., IPM

NIK. 531.98.0305


Dina Monika Florensia Pardede

NRP. 5303016066

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* DI INDOMARET WILAYAH SURABAYA” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Teknik, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberkati dan melindungi seluruh perjalanan saya dalam mengerjakan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Prof. Ir. Suryadi Ismadji, M.T., Phd., ASEAN Eng selaku Dekan Fakultas Teknik
3. Bapak Ig. Jaka Mulyana, S.TP., M.T, IPM. Selaku Ketua Jurusan Teknik Industri UKWMS
4. Bapak Martinus Edy Sianto, S.T, M.T, IPM. selaku pembimbing pertama yang sangat banyak memberikan informasi, arahan dan motivasi yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Lusia Permata Sari Hartanti, M. Eng selaku pembimbing kedua saya yang banyak memberikan arahan, masukan dan solusi dalam pengerjaan skripsi. Juga selalu memberi motivasi hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Papah, Mamah, Kak Uly, Abang Yo, Abang Den, dan Kak Anjel serta seluruh keluarga saya yang selalu mendoakan dan memberi semangat selama merantau di Surabaya, hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Davied Kurniawan selaku penyemangat dan penolong setia saya yang selalu membantu dan menemani saya dalam pengerjaan skripsi.
8. Tasya, Putri, dan Gita, *bestie forever* saya yang menemani dan menyemangati saya selama pengerjaan skripsi ditengah pandemi covid-19.
9. Yudit, Yunita, dan Vivin, selaku *bestie* saya di perantauan yang menyemangati dan berbagi keluh kesah selama pengerjaan skripsi
10. Seluruh teman-teman Teknik Industri Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya angkatan 2016 yang menemani saya dalam melewati masa-masa kuliah hingga selesainya skripsi ini.

Akhir kata, penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Surabaya, 31 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
PERNYATAAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Produk	7
2.2 <i>Private label</i>	7
2.3 Minat Beli Konsumen	9
2.4 Persepsi Harga.....	12
2.5 Persepsi Kualitas	13
2.6 Citra Merek	14
2.7 Hubungan Antar Variabel.....	15
2.7.1 Hubungan Persepsi Harga dengan Minat Membeli... 15	
2.7.2 Hubungan Persepsi Kualitas dengan Minat Membeli	16

2.7.3	Hubungan Persepsi Harga dengan Minat Membeli...	16
2.8	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	17
2.8.1	Jenis Data	17
2.8.2	Teknik Pengumpulan Data.....	17
2.8.3	Skala <i>Likert</i>	18
2.9	Metode Analisis Data	18
2.9.1	Uji Validitas	18
2.9.2	Uji Reliabilitas	18
2.10	Uji Asumsi Klasik	19
2.11	Analisis Regresi Linier Berganda.....	21
2.12	Analisis <i>Cluster</i>	21
2.13	Penelitian Terdahulu.....	22
2.14	Paradigma Penelitian	23
2.15	Hipotesis Penelitian	24
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN		26
3.1	Langkah-langkah Penelitian	26
3.2	Tahap Pendahuluan	27
3.2.1	Studi Literatur	27
3.2.2	Perencanaan Penelitian.....	28
3.3	Tahap Pengumpulan Data.....	28
3.3.1	Penyusunan Pra Kuesioner.....	28
3.3.2	Penyebaran Pra Kuesioner	30
3.3.3	Pengujian Validitas dan Realibilitas	31
3.3.4	Penyebaran Kuesioner.....	31
3.3.5	Uji Validitas dan Realibilitas	31
3.4	Pengolahan Data.....	31
3.5	Analisis Data	32
3.6	Kesimpulan dan Saran	32

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	33
4.1 Pengumpulan Data	33
4.1.1 Pengumpulan Data Prakuesioner	33
4.1.2 Pengumpulan Data Kuesioner.....	35
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Prakuesioner.....	36
4.2.1 Uji Validitas Prakuesioner	36
4.2.2 Uji Reliabilitas Prakuesioner.....	37
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	38
4.3.1 Uji Validitas Kuesioner	38
4.3.2 Uji Reliabilitas Kuesioner	40
4.4 Profil Responden	41
4.4.1 Identitas Responden	41
4.4.2 Frekuensi Berbelanja ke Indomaret per Minggu	42
4.4.3 Rata-rata Pengeluaran Belanja per Kunjungan	43
4.4.4 Alasan Berbelanja Produk <i>Private label</i> Indomaret	44
4.4.5 Kebutuhan Rutin Belanja Produk <i>Private label</i> Indomaret.....	45
4.4.6 Persepsi Konsumen terhadap Variabel Persepsi harga, Persepsi Kualitas, Citra Merek dan Minat beli.....	46
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	51
4.5.1 Uji Normalitas.....	51
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	52
4.5.3 Uji Heteroskedasitas.....	53
4.6 Analisis Linier Berganda.....	53
4.7 Uji Parsial (Uji T).....	54
4.8 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	55
4.9 Analisis Cluster	55

BAB V : ANALISIS DATA	57
5.1 Analisis Profil Responden	57
5.2 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	59
5.2.1 Variabel Persepsi Harga.....	59
5.2.2 Variabel Persepsi Kualitas	59
5.2.3 Variabel Citra Merek.....	60
5.2.4 Variabel Minat Beli.....	60
5.3 Analisis Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
5.3.1 Uji Normalitas.....	61
5.3.2 Uji Multikolinieritas.....	62
5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	62
5.4 Analisis Regres Linier Berganda.....	62
5.5 Hasil Analisis Uji Parsial (Uji T)	64
5.5.1 Pengujian Hipotesis Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian.....	64
5.5.2 Pengujian Hipotesis Persepsi Kualitas Terhadap Minat Pembelian.....	65
5.5.3 Pengujian Hipotesis Citra Merek Terhadap Minat Pembelian.....	66
5.6 Analisis Uji Simultan (Uji F)	67
5.7 Analisis <i>Cluster</i>	68
5.8 Peningkatan Minat Beli Produk <i>Private label</i> di Indomaret	70
BAB VI : PENUTUP	72
6.1 Kesimpulan.....	72
6.2 Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	78
Lampiran 1.....	78
Lampiran 2.....	84
Lampiran 3.....	85
Lampiran 4.....	88
Lampiran 5.....	91
Lampiran 6.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel	29
Tabel 4.1 Hubungan Variabel Dengan Pernyataan Kuesioner	34
Tabel 4.2 Hasil Uji Validasi Pra Kuesioner	37
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Prakuesioner	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Validasi Kuesioner	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	41
Tabel 4.6 Identitas Responden	42
Tabel 4.7 Kriteria Persepsi Konsumen.....	48
Tabel 4.8 Penilaian Variabel Persepsi Harga	48
Tabel 4.9 Penilaian Variabel Persepsi Kualitas	48
Tabel 4.10 Penilaian Variabel Citra Merek.....	49
Tabel 4.11 Penilaian Variabel Minat Beli	50
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Normalitas Data	52
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Multikolonieritas	53
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Heterokedastisitas	53
Tabel 4.15 Hasil Analisis Linier Berganda	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	55
Tabel 4.17 Statistik Deskriptif Analisis Cluster.....	56
Tabel 5.1 Kategori <i>Cluster</i> 1.....	69
Tabel 5.2 Kategori <i>Cluster</i> 2.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	23
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	26
Gambar 4.1 Tangkapan Layar <i>Google Form</i> Kuesioner.....	33
Gambar 4.2 Frekuensi Berbelanja Per Minggu	43
Gambar 4.3 <i>Pie Chart</i> Pengeluaran Berbelanja Responden.....	44
Gambar 4.4 <i>Pie Chart</i> Alasan Membeli Produk	45
Gambar 4.5 <i>Pie Chart</i> Alasan Enggan Membeli Produk	45
Gambar 4.6 <i>Pie Chart</i> Kebutuhan Rutin Responden	46
Gambar 4.7 Grafik <i>P-Plot</i>	51

ABSTRAK

Pertumbuhan bisnis ritel semakin berkembang dengan bertambahnya jumlah peritel yang ada di Indonesia. Salah satu ritel yang menghadirkan produk *private label* adalah Indomaret. *Private label* adalah merek produk yang dibuat dan hanya tersedia untuk dijual oleh ritel itu. Salah satu strategi yang diterapkan oleh peritel untuk dapat bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli pada produk *private label* di Indomaret. Faktor-faktor yang mempengaruhi, seperti persepsi harga, persepsi kualitas, dan citra merek, diperiksa untuk mengetahui faktor mana yang memainkan peran penting pada minat pembelian produk *private label*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*, data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah berbelanja di Indomaret Wilayah Surabaya. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan *software SPSS* dengan beberapa metode analisis seperti validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan regresi linier berganda. Temuan penelitian bahwa faktor persepsi harga dan citra merek tidak berpengaruh terhadap minat beli. Sedangkan faktor persepsi kualitas memiliki pengaruh terhadap minat beli produk *private label* Indomaret.

Kata Kunci: *Private label*, minat pembelian, persepsi harga, persepsi kualitas, citra merek, analisa *cluster*.